学科类校外培训拟这样收费

每人每课时15-35元,收费缴入指定账户,收费周期不得超3个月

本报讯(牡丹晚报全媒体记者 **姜培军**) 为规范我市校外培训机构收费行为,有效减轻学生家庭负担,切实维护群众合法权益,市发改委、市教育局日前研究拟定了《关于义务教育及高中阶段线下学科类校外培训收费标准的通知(征求意见稿)》。

《通知(征求意见稿)》明确,我市依法登记的非营利性校外培训机构线下学科类培训,45分钟时长的课时培训基准收费标准为:义务教育阶段10人(含)以下班型35元/课时·人次,10-35(含)人班型22元/课时·人次,35人以上班型15元/课时·人次。面向普通高中学生依法登记的非营利性校外培训机构线下学科类培训收费标准参照上述收费标准执行。上浮幅度均不得超过10%,下浮不限。具体收费标准由培训机构在上述标准范围内自主确定。实际培训课时时长少于45分钟的,培训机构应按比例折算,相应降低课时收费标准。

培训机构收取的学科类培训费,应按规定缴入指定银行帐户。不得一次性收取或以充值、次卡等形式变相收取时间跨度超过规定时长的费用,其中按培训周期收费的,不得超过3个月,收费时间不得早于新课开始前1个月;按课时收费的,不得超过60课时,续费的不得早于剩余20课时。按周期收费和按课时收费同时进行的,只能选择收费时段较短的方式,不得变相超过3个月。

培训机构应加强培训管理,压缩服务成本,降低收费标准,规范自身收费行为,体现非营利性机构的公益性质。全面使用教育局和市场监管总局统一制定的《中小学校外培训服务合同(示范文本)》,并按规定与学生家长签订培训服务合同,明确收费标准及退费办法,严格履行合同义务,不得在培训费外另行收取课本费、材料费等其他任何费用,不得以任何理由、任何方式超过或变相超过通知规定的线下培训最高收费标准。

公众如有意见或建议,可于12月22日前通过电话、电子邮件或以信函方式等形式反馈至菏泽市发展和改革委员会。

"牡丹迎宾厅"开厅 集中展示菏泽牡丹产品

本报讯(牡丹晚报全媒体记者 **孟 欣**) 12月18日上午,由菏泽市牡丹产业发展中心和中国邮政集团有限公司菏泽市分公司共建的"牡丹迎宾厅",正式落户菏泽邮政公司院内的食安菏泽会客厅,开厅仪式当日举行。

牡丹晚报全媒体记者了解到,"牡丹迎宾厅"将集中展示我市牡丹各个系列的深加工产品、牡丹文创产品、牡丹书画等。菏泽牡丹产品在这里汇集,让市民进一步了解牡丹产品、交流牡丹文化,也是展示我市"中国牡丹之都"城市形象的一个重要窗口。

菏泽牡丹种植历史悠久、资源丰富。截至目前,全市牡丹共有9大色系、10大花型、1280个品种,是世界上牡丹面积最大、品种最多、产业开发最早的牡丹资源核心区。同时,我市牡丹产业已形成一二三产全产业融合发展的格局,构建了完整的循环产业链条。牡丹产业要发展,更要"走出去",我市将依托邮政网络健全、通达县乡的优势,深挖牡丹文化,切入"文旅+"工程,构建菏泽牡丹文创体系,助力牡丹产业发展。

与会领导参观"牡丹迎宾厅"

今年菏泽催花牡丹增长三成多

催花牡丹进入显蕾期;网络渠道销量占比达七成

右图:催花牡丹已进入显蕾期。
下图:赵天龙在花棚内查看催花牡丹长势。

本报讯(牡丹晚报全媒体记者 **孟 欣**) 距离春节仅剩一个半月时间,我市花农积极备战催花牡丹市场。当前,春节用催花牡丹正处于精准控温、控湿、养护、催花环节,已进入显蕾期。牡丹晚报全媒体记者采访中获悉,鉴于去年催花牡丹脱销的情况,今年我市花农普遍增加了催花量,据不完全统计全市催花量比去年增加了三分之一有余。

12月19日,在牡丹区绿美牡丹园内,催花牡丹培育人赵天龙正在查看棚内催花牡丹生长情况。"去年我准备了4000余盆催花牡丹,虽受疫情的影响,但最后也是供不应求,尤其是临近春节前10天左右,真正是'一花难求'。"赵天龙说,"今年我又另租了一个大点儿的棚,将催花牡丹数量扩大到了8000盆。另外,花田内还有牡丹可供催花,这几天也在准备春节后的催花牡丹。"

此外,在赵天龙的花棚内,一株和其他盆栽牡丹不一样的牡丹被单独罩了起来。"这是文海牡丹,今年第一次实验催花,从目前的长势看,状态是比较理想的。"赵天龙介绍说,由于每一个品种的牡丹催花技术不尽相同,每开发一个品种的催花流程都要进行不断尝试、改进。到目前为止,经赵天龙实验成功的催花牡丹已经达到了30余种。

在走访我市多家催花牡丹经营企业后,记者发现,网络销售成为近年来我市催花牡丹销售的主渠道,占比越来越大。传统电商和直播平台的介入,使菏泽催花牡丹通过网络"飞"到全国各地,进入千家万户。"从近几年全市的情况来看,催花牡丹在淘宝、抖音、快手等平台的销量能占到70%以上,全国各地举办花展、景区等用大宗牡丹订单占到15%左右,本地消费占15%左右。"菏泽市花木协会会长孙文起说。

说到今年我市催花牡丹数量大增的原因,孙文起表示,今年的疫情得到了有效控制,不少地方开始准备举办花展、景区春节游等活动,带动了一部分大宗量订单;另一方面,随着近几年对于牡丹的宣传,人们对牡丹的象征寓意及其花开盛艳和沁香的特点逐渐接受,消费群体进一步扩大,销量一路见涨。